

SV erhöht Umsatz und Ertrag

Süddeutsche Zeitung baut Position aus

Auflage und Anzeigenerlöse steigen / Zehn Prozent Umsatzrendite als Ziel / Neue Firma für das Briefgeschäft

München – Der Süddeutsche Verlag (SV) hat im vergangenen Jahr Umsatz und operativen Ertrag deutlich gesteigert. Dabei wurden die Pläne des Managements übertroffen. Die *Süddeutsche Zeitung* konnte ihre Position am Markt ausbauen, Zusatzgeschäfte trugen wesentlich zur Ertragsverbesserung bei.

Von Nikolaus Piper

Vier Jahre nach der Zeitungskrise von 2002 sieht sich der Verlag in seinem Kurs bestätigt. „Wir haben unsere Pläne übertroffen und sind auf einem schwierigen Markt gut unterwegs“, sagte Klaus Josef Lutz, SV-Geschäftsführer Verlagsaktivitäten, bei der Bilanzvorlage. Der Umsatz des SV stieg 2005 um 5,9 Prozent auf 704,0 Millionen Euro. Insgesamt sind die Vertriebslöse im vergangenen Jahr, auch durch den Rückkauf der Frankent-Gruppe, um 16,3 Prozent auf 150,5 Millionen Euro, die Anzeigen- und Beilagenlöse um 4,8 Prozent auf 351,5 Millionen Euro gestiegen. Lutz führte den Umsatzanstieg im Übrigen auf die Leistungen der Redaktionen und auf die Professionalisierung des Verkaufs zurück. Der Jahresüberschuss ging zwar gegenüber 2004 um 36,9 Prozent auf 23,4 Millionen zurück. Das Vorjahresergebnis war jedoch durch Sondereffekte, besonders den Verkauf des SV-Areals in der Münchner Innenstadt – dem derzeitigen Sitz von Verlag und Redaktion – verzerrt. Bereinigt um diese Effekte ergibt sich 2005 ein Ertragsplus von 46 Prozent.

Die bereinigte Umsatzrendite auf Basis des Ergebnisses vor Steuern, Abschreibungen und Zinsen (Ebitda) stieg auf 7,6 Prozent (Vorjahr: 5,7 Prozent). 2006 will die Geschäftsführung das mittelfristige Ziel von 10,0 Prozent erreichen. Zur Steigerung der Ertragskraft habe auch ein straffes Kostenmanagement beigetragen, sagte Hanswilli Jenke, SV-Geschäftsführer Finanzen und Dienstleistungen. Der Weg der Kostensenkung werde sozialverträglich weitergehen. „Dabei stehen nicht mehr die Personalkosten im Mittelpunkt. Jetzt geht es um Prozessoptimierung, zum Beispiel im Bereich der Informationstechnik.“ Im Jahresdurchschnitt beschäftigte der SV 4157 Mitarbeiter – 2,9 Prozent weniger als 2004. Die Bilanzstruktur hat sich weiter verbessert, die Eigenkapitalquote per Bilanzstichtag 31. Dezember 2005 erreicht 39,2 Prozent (Vorjahr: 36,1 Prozent), die Nettoliquidität ist positiv.

Die *Süddeutsche Zeitung*, das wichtigste Produkt des SV, festigte ihre Position. Die Auflage sei gegen den Branchentrend weiter gestiegen. Im ersten Quartal 2006 wurden durchschnittlich 445 530 Exemplare verkauft, das sind 5063 mehr als im Vorjahresquartal. „Die SZ hat ihre Marktführerschaft als überregionale Tageszeitung mit besonderem Fokus auf die Gruppe der Entscheidungsträger ausgebaut“, sagte Geschäftsführer Lutz. Das



Die Druckerei der SZ in München-Steinhausen, wo auch das neue Domizil für Redaktion und Verlag entsteht. Foto: ddp

Anzeigengeschäft habe sich zufriedenstellend entwickelt. „Wir haben in der Markenartikelwerbung Marktanteile zu Lasten der Magazine gewonnen.“ Der Verlag werde dem Preisdruck auf dem Anzeigenmarkt nicht nachgeben, sondern versuchen, durch Service und Qualität zu bestehen. Während der Rubrikenmarkt bei Immobilien und Autos schwierig bleibe, beobachte der Verlag bei Stellenanzeigen „eine gewisse Renaissance“. Der Zusammenbruch des Stellenmarktes hatte Anfang 2002 die Zeitungskrise ausgelöst.

Die Strategie, die Stärke der Marke *Süddeutsche Zeitung* für den Aufbau ei-

nes neuen Distributionsweges zu nutzen, sei voll aufgegangen. „Neue Produkte, die aus der Redaktion heraus entwickelt wurden, laufen hervorragend“, sagte Lutz. Die DVD-Sammlung *SZ-Cinemathek* habe sich als Publikumsmagnet erwiesen. Das *SZ-Magazin Wissen* habe mit einer Auflage von 80 000 Exemplaren die Gewinnschwelle erreicht. Der Verlag plane weitere Produkte.

Noch vor der Fußball-Weltmeisterschaft soll in München ein Stadtmagazin unter dem Titel *Süddeutsche Zeitung München* erscheinen. Für den Bereich *SZ-Online* entwickle der Verlag eine neue Strategie. Es gehe darum, die Ergebnisse weiter zu verbessern und mehr in moderne Technik zu investieren. Die Portale *sueddeutsche.de* und *sz-media-thek.de* sollen eng verbunden, der redaktionelle Bereich aktueller werden. Außerdem soll Fernsehen im Internet (IPTV) getestet werden.

Der Bereich Regionalzeitungen, also die Verlagsgruppe Hof-Coburg-Suhl, habe sich in einem schwierigen regionalwirtschaftlichen Umfeld behaupten müssen, sagte Lutz weiter. Dies habe zu Anzeigen- und Auflagenverlusten geführt. Ein gewisser Ausgleich sei durch zusätzliche Druckaufträge geglückt.

Im Bereich Fachinformationen sei die Umstrukturierung weitgehend abgeschlossen, sagte Geschäftsführer Jenke. Die Strategie der Internationalisierung

der Fachinformationen habe sich bewährt und gehe weiter. Insgesamt liefere der Bereich einen wichtigen Ergebnisbeitrag. In der Gruppe SVHFI (Süddeutscher Verlag Hühlig Fachinformationen) hätten die Partner des SV eine Verkaufsoption ausgeübt, dadurch sei der Anteil des Verlages auf etwa 92 Prozent gestiegen.

Vor zwei Jahren ist der Süddeutsche Verlag in das Geschäft mit der Briefverteilung eingestiegen. Um dies auszubauen und zu professionalisieren, wurde in diesem Frühjahr die Tochter Ecoflash Briefservice GmbH gegründet. In diesem Zuge werden ein Briefverteilzentrum und ein Verteilernetz im Kernverbreitungsgebiet aufgebaut. Jetzt sieht sich der Verlag gut gerüstet für die vollständige Liberalisierung des Briefverkehrs zum 31. Dezember 2007.

Der Neubau des Verlages im Osten Münchens gehe planmäßig voran, sagte Jenke. Die Grundsteinlegung findet an diesem Freitag statt.

SV-Konzern in Zahlen

in Mio. Euro	2005	2004	Veränd. in %
Umsatz	704,0	664,8	5,9
– Anzeigen / Beilagen	351,0	334,9	4,8
– Vertrieb Zeitung	150,5	129,4	16,3
– Druckerei	32,3	28,0	15,4
– Vertrieb Bücher/Zeitschriften	123,6	124,4	– 0,6
– Sonstige	46,6	48,1	– 3,1
Materialaufwand	234,5	233,9	0,3
Personalaufwand	233,0	225,6	3,3
Investitionen *)	24,5	11,2	>100,0
Abschreibungen	27,7	35,2	– 21,3
Bilanzsumme	545,0	561,9	– 3,0
Liquide Mittel/Wertpapiere	80,0	103,7	– 22,9
Ebitda	54,8	134,1	– 59,1
Jahresüberschuss	23,4	37,1	– 36,9
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)	4157	4283	– 2,9

* Sachanlagen und immaterielle Anlagen
Quelle: Unternehmensangaben